



Política Integrada de Comunicación, Transferencia de Tecnología y Vinculación Tecnológica

Lic. (Mag) Magdalena Rocanova – mrocanova@inia.org.uy

Lic. Mónica Trujillo – mjtrujillo@inia.org.uy

Palabras claves:

Comunicación, Transferencia de Tecnología, Vinculación Tecnológica

Resumen:

1

Tomando en cuenta que existían tres procesos que funcionaban en forma separada o con escasa coordinación: Comunicación, Transferencia de Tecnología y Vinculación Tecnológica, se consideró oportuno alinear estos procesos similares, articulándolos de forma integrada para mejorar el impacto de las actividades de INIA (Instituto Nacional de Investigación Agropecuaria) en sus públicos objetivo y cumplir más adecuadamente con la Misión institucional.

La Política Integrada tiene como objetivo: Promover e integrar las estrategias y acciones en Comunicación, Transferencia de Tecnología y Vinculación Tecnológica, con los procesos de generación de conocimientos, desarrollos tecnológicos y servicios institucionales de INIA.



Introducción:

Desde su creación, INIA ha mantenido una estrategia de vinculación amplia con los diferentes actores relevantes del sector agropecuario y la sociedad en su conjunto. De su Ley de Creación surge claramente que uno de los cometidos del Instituto es: “Promover la difusión del conocimiento generado, articulando los componentes del proceso de generación con los sistemas públicos y privados de transferencia y adopción de tecnología”.

Política Integrada:

Documento orientador, elaborado a partir del diagnóstico organizacional y de la discusión interna, que define conceptos, valores, procedimientos y acciones estratégicas en Comunicación, Transferencia de Tecnología y Vinculación Tecnológica.

Objetivo: Promover e integrar las estrategias y acciones en Comunicación, Transferencia de Tecnología y Vinculación Tecnológica, con los procesos de generación de conocimientos, desarrollos tecnológicos y servicios institucionales de INIA, contribuyendo al cumplimiento de la Misión, Visión, Objetivos y Directrices Estratégicas.

Valores:

- Orientación al cliente: se valora la vocación de servicio pensando en la orientación de la Institución a sus diferentes públicos.
- Participación: se valora el fomento de procesos participativos, donde los destinatarios de los productos y servicios tengan la posibilidad de intervenir con



sus aportes en la toma de decisiones. Asimismo, se valora el trabajo participativo de los técnicos en equipos multidisciplinarios.

- Profesionalismo en la gestión: se reconoce la necesidad de actuar con profesionalismo y responsabilidad en los diferentes procesos que se realizan en el Instituto.
- Trabajo en red, cooperación e integración: se valora el trabajo inter y multidisciplinario, así como las acciones interinstitucionales que promuevan el trabajo en red y la integración de saberes.
- Confiabilidad: se valora generar confianza entre quienes se vinculan con INIA, dando seguridad de un buen funcionamiento en sus acciones.
- Lealtad: se valora que el desempeño de las acciones institucionales se realicen en el marco de la legalidad, transparencia y fidelidad.
- Respeto a la diversidad y pluralidad: se valora que las acciones institucionales reconozcan y contemplen la variedad, diferencias, controversias y oposición de intereses de los públicos objetivo.

3

Directrices Generales:

- Fortalecimiento de la marca INIA: para el posicionamiento es importante que aparezca INIA comunicando las actividades que realiza con otros actores. Esto contribuye a fortalecer los vínculos con todos los actores del Sistema Nacional de Innovación Agroalimentaria y al mismo tiempo fortalece la imagen de INIA dentro y fuera de dicho sistema.
- Integración de procesos: las diversas áreas y acciones del Instituto deben buscar la integración entre sí y con los demás sectores de la organización, en el sentido

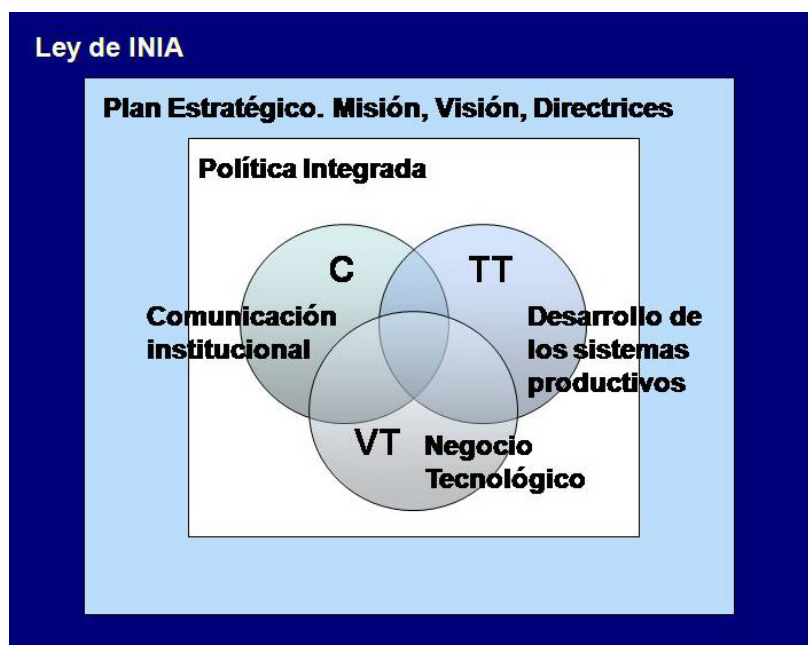


de promover su relacionamiento con sus diversos públicos y la incorporación de tecnologías en los sistemas productivos.

- Uniformidad en los procedimientos: las relaciones de INIA con la sociedad y con el mercado, la incorporación de información tecnológica en los sistemas productivos y la negociación de productos y servicios, así como en el ámbito interno de la organización, obedecerán a procedimientos homogéneos, en el sentido de asegurar uniformidad en el discurso y la preservación de los intereses de la Institución.
- Acuerdos, asociaciones y tercerización: las asociaciones internas y externas deberán ser estimuladas y ejercidas; de forma tal de ampliar la competencia de la institución y asegurar la ejecución de las actividades más gerenciales y estratégicas.

4

Representación de la Política Integrada de C, TT y VT





Públicos objetivo:

La tipología de los públicos objetivo se elaboró a partir del tipo de información y/o vinculación que INIA brinda a cada sector.

Grupo Institucional integrado por:

- Sociedad en general
- Medios de comunicación
- Gremiales Rurales
- Otras instituciones, Organizaciones, Comisiones, Comités, etc.
- Sector educativo
- Universidad y comunidad científica
- Gobierno y sector público
- Formadores de opinión

5

Grupo productivo integrado por:

- Empresas
- Productores empresariales (con mayor y menor demanda de tecnología respectivamente)
- Productores familiares (consolidados, transicionales y de subsistencia)
- Agroindustrial (técnicos asesores, empresas de insumos, empresas contratistas)

Grupo interno integrado por:

- Junta Directiva
- Comité Gerencial



- Comité Programático Operativo
- Comité de Coordinación Regional
- Consejos Asesores Regionales
- Grupos de Trabajo
- Cuerpo Técnico
- Personal

6

TEMAS/ÁREAS	COMUNICACIÓN	TRANSFERENCIA DE TENOLOGÍA	VINCULACIÓN TECNOLÓGICA
AMBIENTE	Sociedad y Mercado	Sistemas Productivos	Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología - Mercado
ORIENTACIÓN PRINCIPAL	Pública – Privada	Público- Privado	Privado – Público
PALABRA-CLAVE	Comunicación Institucional	Desarrollo de los sistemas productivos	Negocio Tecnológico
FOCO	Institucional, Social, Económico y Ambiental	Económico, Social y Ambiental	Económico y Financiero
PROCESO INSTITUCIONAL	Estrategias Institucionales	Proceso de I&D	Proceso de I+D+i
PÚBLICO PRINCIPAL	Grupo Institucional y Grupo Interno	Grupo Productivo	Grupo Productivo
OBJETIVOS	Promoción institucional e interacción con distintos públicos.	Desarrollo tecnológico	Promoción y negociación de proyectos, productos, procesos y servicios.

XVIII Congreso Nacional de Divulgación de la Ciencia y la Técnica

2do. Congreso Estatal de Difusión y Divulgación de la Ciencia y la Tecnología

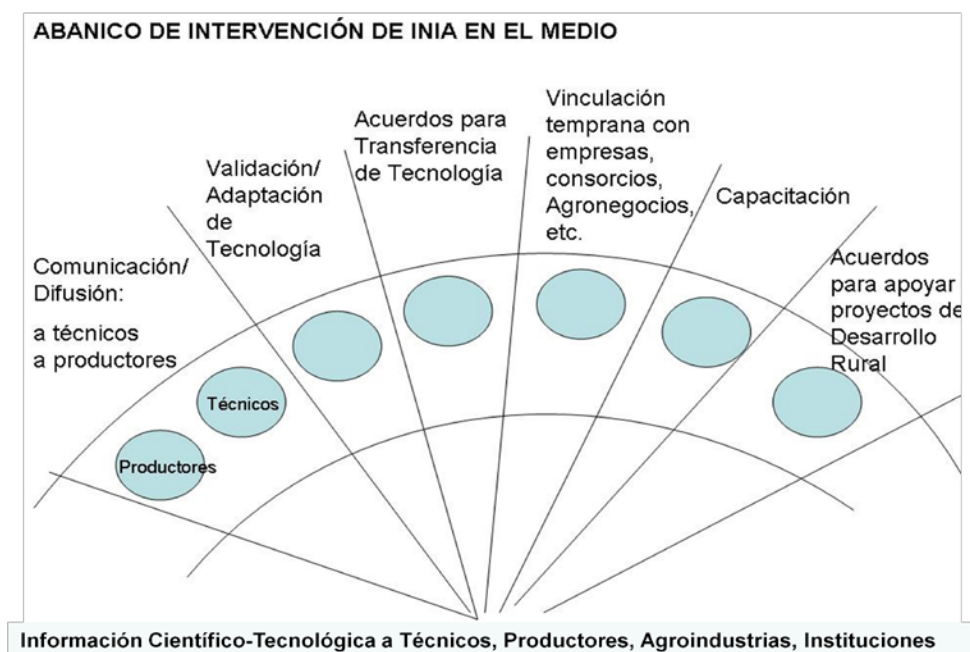


MANEJO DE LA INFORMACIÓN	Transparencia	Transparencia	Confidencialidad y protección
CONTENIDO	Institucional y técnico	Técnico y especializado	Técnico y especializado
RESULTADOS	Imagen, Relacionamiento, Productos y Servicios	Productos, Servicios y Relacionamiento	Productos y Servicios
INTERACCIONES	Buena reputación y buenos productos refuerzan desarrollo y reputación.	Buen desarrollo refuerza productos, servicios y reputación.	Buenos productos y servicios refuerzan desarrollo y reputación.
ACTIVIDADES PRINCIPALES	Publicidad, Relaciones Públicas, Asesoría de Prensa, Gestión de la Información, Producción Editorial y Electrónica	Difusión, Articulación, Validación, Capacitación, Gestión de la Información,	Articulación, redes, negociaciones, marketing.

7

Fuente: Adaptado de Correa Da Fonseca Junior; W. 2008.

Perfil de los procesos de Comunicación, Transferencia de Tecnología, Vinculación Tecnológica



Modos de intervención de INIA en el medio (Albicette, MM: Gómez Miller, R. 2007)

Procesos relacionados a la comunicación

- Refiere a la relación de INIA con el ambiente, a la creación y mantenimiento de los flujos de información entre la institución y sus públicos de interés.
- Se define por la integración de todas las actividades de comunicación, de modo que estén acordadas conductas uniformes para toda la organización, evitándose la eventual fragmentación de la imagen del Instituto.

Principales actividades:

- Fortalecimiento de la imagen institucional y promoción de la marca, productos, servicios e intereses.
- Relaciones públicas.



- Coordinación con los medios para adecuar los productos de comunicación a los diferentes públicos.
- Estandarización para el uso de los instrumentos de comunicación.
- Colaboración con los mecanismos efectivos de comunicación interna.
- Prospección de nuevos productos y herramientas de información y comunicación.
- Investigación en temas afines.

Procesos relacionados a la Transferencia de Tecnología

- Abarca desde la transferencia de conocimientos, bienes y servicios a los actores productivos hasta el desarrollo conjunto de innovaciones.
- Se procura la articulación con agentes de extensión, organizaciones de asistencia técnica pública y privada, la implementación de redes de difusión, mediante procesos de investigación participativa, etc.
- Los principales instrumentos son las actividades presenciales, publicaciones, medios masivos, Internet, etc.

9

Principales actividades:

- Difusión, actividades de actualización, validación de nuevas tecnologías.
- Articulación y promoción de redes de transferencia de tecnología con organizaciones de extensión, asociaciones de productores e instituciones públicas y privadas.



- Formación y capacitación de técnicos de campo.
- Participación en procesos de desarrollo rural.
- Elaboración y edición de contenidos de productos de comunicación.
- Prospección de demanda tecnológica.
- Investigación en temas relacionados.

Procesos relacionados a la Vinculación Tecnológica

- Refiere a la visión de desarrollo tecnológico desde la perspectiva del agronegocio.
- Incluye una creciente interacción entre la iniciativa privada y las organizaciones públicas de I&D.
- La vinculación con el sector productivo ocurre a través de una negociación de proyectos, productos, procesos y servicios de base tecnológica.
- Comprende el licenciamiento, los consorcios, las alianzas o la venta directa u otras modalidades que incluyen la prestación de servicios, consultorías, asesorías.

10

Principales actividades:

- Prospección de mercados
- Producción de semillas y materiales de propagación.
- Desarrollo, producción y licenciamiento de cultivos.



- Captación de recursos para proyectos de investigación, comercialización de tecnologías.
- Entrenamientos y consultorías.
- Lanzamiento de productos y servicios.
- Elaboración de contenidos de comunicación como catálogos de semillas, folletos, artículos técnicos.
- Investigación en temas relacionados

Bibliografía

Albicette, M.M. & Gómez, R. (2007). *La estrategia de comunicación de INIA Uruguay*. Documento presentado en Seminario Internacional de Comunicación y Desarrollo. Encuentros en la diversidad. Buenos Aires: INTA. 10 p. Recuperado el 3 junio de 2011, de: <http://www.inta.gov.ar/activ/comunica/comides/uruguay.pdf>.

Araújo (1974) citado en Arrieta, P. (1995). *La transferencia de tecnología en el sector agrícola*.

Correa da Fonseca Junior, W. (2008). *Relatório de Consultoria para o Instituto Nacional de Investigação Agropecuária (INIA) referente a análise e proposições para as áreas de Comunicação Organizacional e Transferencia de Tecnologia*. Documento de Consultoria. Montevideo: INIA. 89 p.

Cozzi, G. & Ferrero, G. (2004). *Principi ed aspetti evolutivi del marketing aziendali*. Torino : Giappichelli Editore. 268 p.

Instituto Nacional de Investigación Agropecuaria. (2011). Plan estratégico institucional 2011-2015. *Ediciones Especiales*, 33. Recuperado el 3 de junio de 2011, de: www.inia.org.uy



Ley de creación del Instituto Nacional de Investigación Agropecuaria, Ley 16.065. (1989). Recuperado el 3 de junio de 2011, de: www.parlamento.gub.uy

Rocanova, M. (2007). *La comunicazione interna ed accorgimenti per la sua analisi*. Urbino : Università degli Studi d' Urbino. 13 p.

Scheinson, D. (1993). *Comunicación Estratégica. Management y fundamentos de la Imagen corporativa*. Buenos Aires : Ediciones Macchi. 101 p

Schejtman, A. & Berdegúe, J. (2004). *Desarrollo territorial rural*. Santiago de Chile: Centro Latinoamericano de Desarrollo Rural (RIMISP). (Debates y Temas Rurales, 1).

Thevenet, M. (1992). *Auditoría de la cultura empresarial*. Madrid : Ediciones Dias de Santos S.A. 27 p.

Unidad de Comunicación y Transferencia de Tecnología, INIA (2010). *Política Integrada de Comunicación, Transferencia de Tecnología y Vinculación Tecnológica*. Temas Institucionales, 11. Montevideo : INIA. 72 p.